

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, MOTIVASI KONSUMEN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOTOR LISTRIK MEREK YADEA PADA
CV. ABADI SEJAHTERA PERUMNAS**



**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

**Diajukan Oleh :
Intan Zulma Yunara
NPM. 1901110514.P**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
2025**

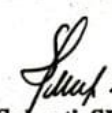
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Intan Zulma Yunara
Nomor Pokok/NPM : 1901110514.P
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Motivasi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 16-4-2025 Pembimbing I :  Uhl Amri, SE., M.Si
NIDN. 0229016201

Tanggal 16-4-2025 Pembimbing II :  Suharti, SE., M.M
NIDN. 02200086501

Mengetahui,

Dekan



Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi



Dr. Yolanda Veybitha., SE., M.Si
NIDN. 0226028303

177/PS/DFEB/25

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Intan Zulma Yunara
Nomor Pokok/NPM : 1901110514.P
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Motivasi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas

Penguji Skripsi :

Tanggal ..16..-4-2022 Ketua Penguji :  Ulil Amri, SE., M.Si
NIDN. 0229016201

Tanggal ..16..-4-2022 Penguji I :  Suharti, SE., M.M
NIDN. 02200086501

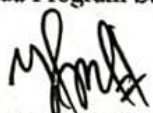
Tanggal ..16..-4-2022 Penguji II :  Mariyam Zanariah., SE., MM
NIDN. 00222096301

Mengetahui,



Dekan
Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi


Dr. Yolanda Veybitha., SE., M.Si
NIDN. 0226028303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**JANGAN MENCOBA UNTUK JADI SAMA,
NAMUN JADILAH LEBIH BAIK**

**SETIAP KESULITAN SELALU ADA KEMUDAHAN,
SETIAP MASALAH PASTI ADA SOLUSI**

Kupersembahkan kepada :

- ♥ **Alm. Papa & Almh. Mama**
- ♥ **Suami & Anak-anak**
- ♥ **Para pendidik yang saya hormati**
- ♥ **Almamaterku**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Intan Zulma Yunara
Nomor Pokok : 1901110514.P
Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S.1)
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Motivasi Konsumen dan Kualitas
Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik
Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan konsekuensinya.



Palembang,

2025

Penulis

Intan Zulma Yunara

ABSTRAK

Intan Zulma Yunara, Pengaruh Harga, Motivasi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas, dibawah bimbingan Bapak Ulil Amri, SE, M.Si dan Ibu Suharti, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan Pengaruh Harga, Motivasi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini dilaksanakan Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan CV. Abadi Sejahtera Perumnas yang didapat langsung dari observasi awal peneliti yang berjumlah 500 orang. Perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan perhitungan ukuran sampel yang didasarkan atas kesalahan 10%. Maka dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 83 orang sebagai sampel penelitian. Analisis data dilakukan dengan bantuan *Program Statistical Package for the Social Science* (SPSS) versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Harga, Motivasi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai sig F sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Nilai koefisien determinasinya *R Square* sebesar 0,655 atau 65,5% variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan atau terdapat pengaruh dengan variabel Harga, Motivasi Konsumen dan Kualitas Produk sedangkan sisanya berpengaruh dengan faktor lain yang tidak diteliti.

Dari model yang dibangun pada penelitian ini, maka dapat disarankan bagi Perusahaan untuk meningkatkan kualitas motor listrik Yadea, khususnya efisiensi baterai, daya tahan, dan desain modern untuk memenuhi ekspektasi konsumen. Kembangkan strategi pemasaran efektif dengan menonjolkan harga kompetitif dan fitur ramah lingkungan guna menarik konsumen yang peduli keberlanjutan. serta Lakukan survei atau wawancara untuk memahami motivasi konsumen, sehingga strategi pemasaran lebih tepat sasaran.

Kata kunci : Harga, Motivasi Konsumen, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Intan Zulma Yunara, The Influence of Price, Consumer Motivation and Product Quality on the Purchase Decision of Yadea Brand Electric Motorbikes at CV. Abadi Sejahtera Perumnas, under the guidance of Mr. Ulil Amri, SE, M.Si and Mrs. Suharti, SE, MM

This study aims to determine and the Influence of Price, Consumer Motivation and Product Quality on Purchase Decisions both partially and simultaneously. This research was conducted at CV. Abadi Sejahtera Perumnas. The population used in this study were all customers of CV. Abadi Sejahtera Perumnas obtained directly from the researcher's initial observations totaling 500 people. The calculation of the number of samples in this study used the Slovin formula with a sample size calculation based on a 10% error. So in this study the number of samples used was 83 people as research samples. Data analysis was carried out with the help of the Statistical Package for the Social Science (SPSS) version 26.

The results of this study indicate that, There is a positive and significant influence of the variables Price, Consumer Motivation and Product Quality on Purchasing Decisions, with a sig F value of $0.000 < \alpha (0.05)$. There is a positive and significant influence of the Price variable on Purchasing Decisions. There is a positive and significant influence of the Consumer Motivation variable on Purchasing Decisions. There is a positive and significant influence of the Product Quality variable on Purchasing Decisions. The determination coefficient value of R Square is 0.655 or 65.5% of the Purchasing Decision variable can be explained or there is an influence with the variables Price, Consumer Motivation and Product Quality while the rest is influenced by other factors that are not studied.

From the model built in this study, it can be suggested for the Company to improve the quality of the Yadea electric motor, especially battery efficiency, durability, and modern design to meet consumer expectations. Develop an effective marketing strategy by highlighting competitive prices and environmentally friendly features to attract consumers who care about sustainability. and Conduct surveys or interviews to understand consumer motivation, so that the marketing strategy is more targeted.

Keywords: Price, Consumer Motivation, Product Quality, Purchasing Decision

RIWAYAT HIDUP

Intan Zulma Yunara, lahir pada tanggal 29 Oktober di Palembang. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak M. Jahir Azwar, ST (Alm) dan Ibu Siti Halmahera (Almh). Penulis pertama kali masuk pendidikan formal di SDN 66 Palembang pada tahun 1998 dan tamat pada tahun 2004. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan ke SMPN 29 Palembang dan tamat pada tahun 2007. Setelah tamat SMP, penulis melanjutkan ke SMA YPI Tunas Bangsa Palembang dan tamat pada tahun 2010. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan D3 di Politeknik Negeri Sriwijaya dan tamat pada tahun 2013. Kemudian pada tahun 2015 penulis mulai bekerja di PT. Bank Mandiri (Persero) sebagai Pelaksana dan melanjutkan kembali pendidikan pada tahun 2019 penulis terdaftar sebagai Mahasiswi Universitas Tridinanti Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen.

Palembang, Januari 2025

IZY

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas berkat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi ini merupakan persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Tridianti Palembang.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini, Penulis banyak menerima bimbingan dan bantuan dari semua pihak, dan pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Pendidikan Nasional Tridianti Palembang Bapak Prof. Ir. H. Machmud Hasjim, MME.
2. Rektor Universitas Tridianti Palembang Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, MS,
3. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang Ibu Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA.,CSRS
4. Ibu Mariyam Zanariyah., SE, MM, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Akuntansi Universitas Tridianti Palembang.
5. Bapak Ulil Amri, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu dan memberi masukan serta saran dalam penulisan dan penyusunan Skripsi ini.
6. Ibu Suharti, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang banyak mengoreksi dan memberi masukan serta saran yang membangun dalam penulisan dan penyusunan Skripsi ini.

7. Seluruh Staf Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

8. Teman-Teman Angkatan 2019, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Akuntansi Universitas Tridinanti Palembang.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih belum sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritikan dan saran.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna bagi Mahasiswa, khususnya Mahasiswa Ekonomi Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 2025

Penulis

Intan Zulma Yunara

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teoritis	10
2.1.1 Keputusan Pembelian	10
2.1.2 Harga	17
2.1.3 Motivasi Konsumen	25
2.1.4 Kualitas Produk	28
2.2. Hasil Penelitian Lain Yang Relevan	32
2.3. Kerangka Berpikir	34

2.4.Hipotesis Penelitian.....	37
-------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	39
3.3. Rancangan Penelitian	40
3.4. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	41
3.5. Instrumen Penelitian	44
3.6. Uji Instrumen Penelitian.....	44
3.7. Teknik Analisis Data	46
3.8. Uji Hipotesis Statistik.....	51
3.9. Sistematika Penulisan.....	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah CV. Abadi Sejahtera Perumnas	54
4.1.1 Visi dan Misi CV. Abadi Sejahtera Perumnas	54
4.1.2 Struktur Organisasi CV. Abadi Sejahtera Perumnas.....	55
4.1.3 Uraian Tugas CV. Abadi Sejahtera Perumnas	56
4.1.4 Hasil Pengujian Instrumen	57
4.1.5 Analisis Deskriptif.....	64
4.1.6 Uji Asumsi Klasik	60
4.1.7 Analisis Regresi Berganda	73
4.1.8 Uji Hipotesis.....	75
4.2.Pembahasan	79
4.2.1 Pengaruh Harga, Motivasi Konsumen dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Keputusan	

Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas	79
4.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas	81
4.2.3 Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas	82
4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas	83
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	85
5.2. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	Data penjualan Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas Tahun 2024	3
Tabel 2.2	Penelitian Yang Relevan	32
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian	38
Tabel 3.2	Operasional Variabel	41
Tabel 3.6	Skala Penafsiran Nilai Indikator.....	49
Tabel 3.7	Penafsiran Koefisien Korelasi	50
Tabel 4.1	Hasil SPSS Korelasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4.2	Hasil SPSS Korelasi Variabel Harga (X_1).....	59
Tabel 4.3	Hasil SPSS Korelasi Variabel Motivasi Konsumen (X_2).....	60
Tabel 4.4	Hasil SPSS Korelasi Variabel Kualitas Produk (X_3).....	61
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas Untuk Variabel Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas Untuk Variabel Harga	63
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas Untuk Variabel Motivasi Konsumen	63
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Untuk Variabel Kualitas Produk	64
Tabel 4.9	Data Deskriptif Variabel Penelitian	65
Tabel 4.10	Data Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4.11	Data Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.12	Hasil Regresi Harga, Motivasi Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.13	Hasil Uji F	75
Tabel 4.14	Hasil Uji t	76
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	78
Tabel 4.16	Koefisien Determinasi	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Abadi Sejahtera Perumnas	35
Gambar 4.2 Grafik Histogram Variabel Keputusan Pembelian (Y)	66
Gambar 4.3 Grafik Histogram Variabel Keputusan Harga (X_1).....	67
Gambar 4.4 Grafik Histogram Variabel Keputusan Motivasi Konsumen (X_2)	68
Gambar 4.5 Grafik Histogram Variabel Keputusan Kualitas Produk (X_3).....	69
Gambar 4.6 Grafik Uji Heteroskedastisitas	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, manajemen pemasaran memegang peranan penting untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengembangkan strategi yang efektif dalam memasarkan produk atau layanan. Menurut Kotler dan Keller (2016: 97), Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran, mempertahankan konsumen, serta meningkatkan pangsa pasar melalui penciptaan, penyampaian, dan komunikasi nilai kepada konsumen. Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif, membangun citra merek, dan, yang terpenting, memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Ketatnya persaingan menuntut produsen maupun distributor untuk mengambil langkah-langkah dan strategi yang tepat guna memenangkan persaingan dengan kompetitor demi menjaga eksistensi yang dimiliki perusahaan dan tentunya mempertahankan bahkan meningkatkan keuntungan atau profit yang dihasilkan. Tanpa strategi yang tepat perusahaan tidak akan dapat bertahan karena seiring waktu kompetitor akan terus muncul bersamaan dengan permintaan konsumen yang kian meningkat. Hal ini dihadapi oleh setiap Perusahaan yang mencari laba dan tidak terkecuali industri Motor Listrik. Saat ini, perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat. Agar orang

dapat melakukan pekerjaan secara cepat, dibutuhkan sarana pendukung, seperti sarana transportasi. Gaya hidup sangat erat kaitannya dengan perkembangan zaman. Gaya hidup sendiri lebih cenderung mengikuti tren yang sedang berkembang. Seiring dengan berkembangnya era globalisasi memberikan pengaruh yang kuat pada seluruh dimensi kehidupan masyarakat. Gaya hidup merupakan cara seseorang memiliki nilai dalam dirinya tidak banyak juga orang yang membeli Motor Listrik karena mengikuti tren dan untuk gaya hidup (Ediyanto, 2023:26)

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ini adalah CV. Abadi Sejahtera Perumnas, yang berperan sebagai distributor motor listrik merek Yadea. Yadea merupakan merek motor listrik yang telah memiliki reputasi internasional dan berkomitmen dalam menyediakan produk berkualitas tinggi dengan teknologi ramah lingkungan. Meski demikian, adopsi motor listrik di Indonesia masih terbatas dan membutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat menarik minat konsumen yang lebih luas.

Keputusan pembelian merupakan proses pemecahan masalah. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek yang akan dibeli (Salea, 2021:12). Menarik atau tidaknya suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Semakin banyak manfaat produk yang ditawarkan, akan semakin tinggi keinginan konsumen untuk membeli (Manoy, 2021:61). Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dilakukan dengan cara membangun komunikasi yang baik dengan

konsumen, membangun merek produk yang baik dan memberikan inovasi-inovasi baru pada produk yang mereka produksi dengan mengikuti trend yang ada pada saat ini (Angkow, 2021:35). Pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas bertumpu pada kualitas produk dari Motor Listrik, desain dari produk Motor Listrik dan Harga dari Motor Listrik. Konsumen pada saat ini lebih selektif dalam memilih produk yang akan digunakan karena banyaknya produk yang ditawarkan dan memiliki kelebihan yang berbeda satu sama lain. Berikut ini adalah data penjualan Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas selama tahun 2024:

Tabel 1. 1
Data penjualan Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera
Perumnas Tahun 2024

No	Bulan	Target Penjualan	Total Penjualan
1	Januari	12	11
2	Februari	17	17
3	Maret	23	23
4	April	14	14
5	Mei	18	18
6	Juni	26	20
7	Juli	20	20
8	Agustus	15	15
9	September	30	28
10	Oktober	22	22
	Total	197	188

Sumber : CV. Abadi Sejahtera Perumnas, 2024

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa penjualan motor listrik Yadea dari Januari hingga Oktober 2024 hampir memenuhi target bulanan yang telah

ditetapkan. Meskipun ada beberapa bulan di mana penjualan sedikit di bawah target, secara keseluruhan penjualan tetap menunjukkan tren yang positif. Data ini menunjukkan bahwa minat konsumen terhadap motor listrik masih tinggi, meskipun terdapat beberapa faktor seperti harga, motivasi konsumen, dan kualitas produk yang mungkin berpengaruh pada pencapaian target. Penelitian ini akan mengkaji lebih lanjut bagaimana ketiga faktor ini memengaruhi keputusan pembelian, dengan harapan memberikan masukan strategis bagi CV. Abadi Sejahtera Perumnas dalam meningkatkan pencapaian penjualan di masa mendatang.

Motivasi konsumen adalah kekuatan yang mendorong individu untuk mengambil keputusan atau tindakan tertentu, seperti membeli produk atau menggunakan jasa. Motivasi ini timbul dari adanya kebutuhan atau keinginan untuk mencapai keadaan yang diinginkan (Hawa & Anjani, 2023 : 21). Dalam konteks pemasaran, pemahaman mendalam terhadap motivasi konsumen sangat penting untuk mengembangkan produk, kampanye promosi, dan strategi penjualan yang dapat menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Sepeda motor listrik kini menjadi salah satu produk yang diminati seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan. Motivasi konsumen dalam memilih sepeda motor listrik berbeda-beda tergantung pada kebutuhan, preferensi, dan nilai-nilai pribadi yang dipegang oleh setiap individu. Berikut beberapa motivasi utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor listrik.

Faktor harga menjadi aspek penting dalam keputusan pembelian, khususnya di Indonesia, di mana banyak konsumen cenderung sensitif terhadap harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:56), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga motor listrik mencakup harga beli awal serta biaya operasional, seperti pengisian baterai dan perawatan yang cenderung lebih rendah dibandingkan motor konvensional. Motor listrik seringkali memiliki harga awal yang lebih tinggi dibandingkan motor konvensional. Oleh karena itu, penetapan harga yang kompetitif dan strategi komunikasi yang efektif mengenai efisiensi biaya jangka panjang dapat membantu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Di samping harga, motivasi konsumen juga memainkan peran signifikan. Handoko (2018:82), mengatakan bahwa motivasi adalah suatu keadaan dalam pribadi yang mendorong keinginan individu untuk melakukan keinginan tertentu guna mencapai tujuan. Konsumen yang memiliki kesadaran akan isu-isu lingkungan, seperti polusi udara dan perubahan iklim, serta mereka yang ingin mengurangi ketergantungan pada bahan bakar fosil, cenderung lebih termotivasi untuk memilih motor listrik. Motivasi ini bisa beragam, mulai dari keinginan untuk ikut berkontribusi dalam menjaga lingkungan hingga minat pada teknologi yang sedang berkembang. Memahami dan mengidentifikasi faktor-faktor motivasional ini akan membantu perusahaan dalam merancang pesan pemasaran yang lebih relevan bagi calon konsumen.

Selain itu, kualitas produk adalah faktor utama yang turut memengaruhi keputusan pembelian. Menurut Bagida., (2021:83) kualitas produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas motor listrik mencakup berbagai aspek, mulai dari daya tahan baterai, performa kendaraan, kehandalan teknologi, hingga layanan purna jual. Konsumen cenderung menaruh perhatian lebih pada produk berkualitas tinggi karena berhubungan langsung dengan pengalaman penggunaan dan persepsi terhadap nilai produk tersebut. Merek Yadea, yang telah dikenal sebagai salah satu pemain global di industri motor listrik, berupaya memenuhi ekspektasi konsumen melalui kualitas dan inovasi. Namun, untuk pasar Indonesia, persepsi konsumen terhadap kualitas produk motor listrik Yadea masih perlu dibangun dan dipertahankan.

Penelitian ini juga didasari karena adanya research gap dari penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Sitompul, Chrispin, dan Hamzah (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif pada keputusan pembelian baterai sepeda motor, namun tidak memasukkan motivasi konsumen sebagai variabel. Penelitian Gunawan, Wijaya, dan Mashuni (2023) justru menemukan bahwa kualitas pelayanan lebih dominan dibandingkan harga dan kualitas produk dalam keputusan pembelian Motor Listrik. Begitu pula, Dolok Saribu (2024) menemukan pengaruh kuat dari kualitas dan desain produk, namun harga hanya berpengaruh lemah. Sementara itu, Rahmayanti, Sugiarti, dan Hadi (2024) hanya meneliti pengaruh harga pada Motor Listrik, tanpa menyertakan kualitas produk dan motivasi konsumen. Akhirnya, penelitian

Kurniawati dan Wahyuningsih (2023) pada produk Eiger di Kota Semarang menemukan bahwa motivasi konsumen berperan besar, sedangkan harga tidak signifikan.

Berdasarkan research gap dengan keberagaman hasil pada penelitian terdahulu serta fenomena - fenomena diatas betapa pentingnya bagi pelaku usaha atau pedagang untuk selalu memperhatikan Harga, Motivasi Konsumen serta Kualitas Produk sehingga memberikan kualitas jasa yang terbaik. Melalui hal tersebut, para pedagang dapat menarik minat/keinginan konsumen untuk menggunakan produk pempek yang dipasarkan, sehingga tercipta suatu transaksi yang akhirnya akan menimbulkan pertumbuhan pendapatan dan keuntungan bagi para pedagang. Dari penjelasan diatas, maka untuk mengetahui pengaruh Harga, Motivasi Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dapat dilakukan melalui penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Motivasi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas”**.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun masalah yang akan diselesaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga, Motivasi Konsumen dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas?

2. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas?
3. Apakah Motivasi Konsumen berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas?
4. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diinginkan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan :

1. Pengaruh Harga, Motivasi Konsumen dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas.
2. Pengaruh Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas.
3. Pengaruh Motivasi Konsumen secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas.
4. Pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik Merek Yadea Pada CV. Abadi Sejahtera Perumnas.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan hasil-hasil yang didapat akan ada manfaatnya yaitu:

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk mengimplementasikan ilmu manajemen pemasaran dan menambah serta memperluas wawasan peneliti mengenai pengaruh harga, motivasi konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi masukan di dalam perusahaan dan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk menentukan strategi dan mengambil sebuah keputusan yang berkaitan dengan operasional perusahaan.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk mengimplementasikan ilmu manajemen pemasaran dan menambah serta memperluas wawasan peneliti mengenai pengaruh harga, motivasi konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, Wadud, & DP. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 23–37. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.4>
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang, (2023). *Pedoman Penulisan Skripsi dan laporan akhir*. Edisi Ketiga Cetakan Pertama. Palembang: Unanti Press.
- Ghodang, & Sembiring. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Maju Jaya Pohon Pinang Medan Oleh. 10(1).
- Ginting, M. (2019). *Perilaku Konsumen*. December. <https://doi.org/10.31227/osf.io/pfjhz>
- Handoko, T. Hani. (2018). *Manajemen*. Yogyakarta : BPFE
- Jelatu, H. (2022). Efek Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian:(Studi Kasus Konsumen Di Senyum 5000 Sentani Papua). *Jurnal Ekonomi, Pendidikan dan Perencanaan Pembangunan Daerah*, 1(1), 36-44.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, D., & Wahyuningsih, S. (2023). Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(3), 374-380.
- Manopo, Tampi, & Tumbel. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Kota Manado. *Productivity*, 2(6), 6–9.
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Ake Maumbi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 314-323.
- Nurfitria, & Widiawati. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Citra Merek Serta Implikasinya Terhadap Minat. *Jurnal Ekonomi Industri Halal-*, 3(1), 28–35.

- Rahmayanti, N., Sugiarti, M., & Hadi, S. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik Merek U-Winfly. *EBISMAN: eBisnis Manajemen*, 2(1), 25-29.
- Sahara, & Prakoso. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi. 1177.
- Salea, C., Lopian, J. S., & Tielung, M. V. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Restoran Cepat Saji Kfc Bahu Manado Pada Masa Covid-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 1293-1302.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi,
- Sitompul, Chrispin, & Hamzah. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Battery Sepeda Motor. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 27–37. <https://doi.org/10.55583/invest.v1i1.18>
- Sumilat, Lopian, & Lintong. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Hasjrat Abadi Yamaha. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 541. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40295>
- Tannia, & Yulianthini. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 88–94.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2014). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua, Cetakan Keempat. Yogyakarta: Andi.
- Wiranata, I. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Bengkel Pipi Motor (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).